

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Muhtosim., 2006, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang : Bayumedia Publishing.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Bina Aksara.
- Engel, James F, et.al., 1996, *Perilaku Konsumen*. Jilid I, edisi 6, Bina Rupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*. Edisi II, Cetakan Kedua, Yogyakarta : Andy Offset.
- Fandy Tjiptono, 2000, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta : Andy Offset.
- Hadi, Sutrisno, 1993, *Metodologi Research*, Yogyakarta : YPEP UGM.
- Hadi, Sutrisno, 2001, *Metodologi Riset : Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis dan Disertasi*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Heizer, Jay dan Barry Render, 2006, *Manajemen Operasi*, Edisi ketujuh, Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 9, Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi Millenium, Jakarta : Prehallindo.
- Oliver, R.L., 1989, *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Customer*, New York : McGraw-Hill, Inc.
- Parasuraman, A. ; V.A. Zeithaml; & L.L. Berry, 1985, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol 49.
- Parasuraman, A. ; V.A. Zeithaml; & L.L. Berry, 1988, SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumenten Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol 64.

- Parasuraman, A. ; V.A. Zeithaml; & L.L. Berry, 1996, Reassessment of Expectation as a Comparasion Standard in Measuring Service Quality: Implication for Further Research, *Journal of Marketing*, Vol 58.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4 Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Rambat Lupioyadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi I, Jakarta : Salemba Empat.
- Simamora, H. 2002. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : STIE YKPN.
- Sudjana. 1992. *Statistik Untuk Ekonomi & Niaga*. Bandung : Tarsito.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Cetakan kesebelas, Yogyakarta : Liberty.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. PT. Gramedia Jakarta : Pustaka Utama.
- Winardi, 1991, *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama, Bandung : Mandar Maju.

KUESIONER

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan

Keterangan :

SP : Sangat Penting

P : Penting

CP : Cukup Penting

KP : Kurang Penting

TP : Tidak Penting

No	Pertanyaan	Harapan Konsumen				
		SP	P	CP	KP	TP
I Tangible (Berwujud)						
1	Kondisi bangunan TB Kresna Jaya					
2	Tempat parkir TB Kresna Jaya yang luas					
3	Penampilan rapi dari Karyawan TB Kresna Jaya					
4	Kebersihan dan kenyamanan ruangan TB Kresna Jaya					
5	Penataan produk					
II Realibility (Keandalan)						
1	Pelayanan yang cepat					
2	Ketepatan waktu penggantian produk sesuai yang dijanjikan					
III Responsiveness (Kesigapan)						
1	Pegawai membantu pelanggan dalam memilih produk					
2	Pemberian pengetahuan tentang produk pada pelanggan					
IV Assurance (Jaminan)						
1	Kemampuan pegawai dalam menawarkan produk pada setiap pelanggan					
2	Kenyamanan pelayanan pada setiap pelanggan					
V Empathy (Empati)						
1	Pemberian kemudahan dalam komunikasi lewat telepon					
2	Pegawai memberikan senyuman pada tiap konsumen					

Harapan Konsumen

No	Pertanyaan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
I.	Tangible (Berwujud)					
1	Seharusnya bangunan Toko Besi terlihat bagus					
2	Seharusnya tempat parkir luas					
3	Seharusnya penampilan karyawan yang rapi					
4	Seharusnya ruangan bersih					
5	Seharusnya produk tertata rapi					
II.	Realibility (Keandalan)					
1	Seharusnya memberikan pelayanan dengan baik					
2	Seharusnya penggantian produk rusak yang dijanjikan tepat waktu					
III.	Responsiveness (Kesiapan)					
1	Seharusnya pegawai membantu pelanggan dalam memilih produk					
2	Seharusnya pegawai memberikan pengetahuan mengenai produk					
IV	Assurance (Jaminan)					
1	Seharusnya pegawai mampu menawarkan produk dengan baik					
2	Seharusnya adanya rasa nyaman dalam memberikan pelayanan pada konsumen					
V	Empathy (Empati)					
1	Seharusnya adanya kemudahan dalam komunikasi lewat telepon					
2	Seharusnya pegawai memberikan senyuman pada tiap konsumen					

